

P-1 Arbeitsprogramm 2024 - grenzenlos solidarisch!

Gremium: 57. Bundeskongress
Beschlussdatum: 22.10.2023
Tagesordnungspunkt: P Arbeitsprogramm

Antragstext

Einleitung

Das vergangene Verbandsjahr war geprägt von Konflikten - ob Lützerath, GEAS-Reform oder Schuldenbremse. Immer wieder sind wir als Grüne Jugend, als Teil der politischen und gesellschaftlichen Linken, in Opposition gegangen zur aktuellen Politik. Diese Konflikte waren nicht immer einfach, doch haben sie uns als Verband weiter zusammenwachsen lassen und unser Selbstverständnis als eigenständige Jugendorganisation gestärkt. Für wirkliche politische Veränderung, für eine Verbesserung der Lebenssituation von Menschen braucht es Druck von außen!

Dieses Jahr war auch eines der Weiterentwicklung unserer Analysen: wir haben unser internationalistisches Profil geschärft und unser Verständnis dafür, wie unsere politische Praxis mit Kämpfen über alle Landesgrenzen hinweg zusammenhängen kann.

Mit diesen Erfahrungen im Gepäck brechen wir auf in das Kampagnenjahr 2024, in dem wir die anstehenden Wahlkämpfe nutzen werden, weiter an einer starken Organisation und einer starken Linken zu arbeiten, die in der Lage ist, echte Verbesserungen zu erkämpfen!

Bildungsarbeit

Bildungsarbeit ist eine der zentralen Aufgaben der Grünen Jugend. Nur wenn wir die Verhältnisse um uns herum verstehen, können wir sie kritisieren und Wege zur Veränderung finden. Es ist unsere Aufgabe, allen Mitgliedern auf allen Ebenen und mit den verschiedensten Wissens- und Erfahrungsständen die Möglichkeit zu geben, sich weiterzubilden und die eigene Analyse weiter zu schärfen. Dafür wollen wir auch im kommenden Jahr viele Möglichkeiten bieten.

25 **Frühjahrskongress**

26 Der Frühjahrskongress ist unser zentraler Ort für die Bildungsarbeit im
27 Verbandsjahr. Dort widmen wir uns den zentralen Fragen unserer Zeit und
28 entwickeln eine gemeinsame Analyse des Status Quo - und wie es anders sein
29 könnte. In der Vorbereitung auf die Europawahl wollen wir einen Schwerpunkt auf
30 die Europäische Union und unser Verhältnis zu ihr setzen.: Woher kommt die EU
31 eigentlich? Was wird uns durch die EU ermöglicht? Und welche Kritikpunkte haben
32 wir aus einer linken Perspektive an ihr? Was sind Handlungsspielräume für uns?
33 Wie wirken sich europäische Finanz-, Klima- und Migrationspolitik auf das Leben
34 von uns allen aus? Und was hat eigentlich neoliberale Politik mit all dem zu
35 tun?

36 Auch wird es wieder viele Möglichkeiten zur Vernetzung und zum Kennenlernen
37 geben. Darüber hinaus werden wir den kommenden Frühjahrskongress als gemeinsamen
38 Auftakt für die heiße Phase unserer Kampagne zur Europakampagne nutzen.

39 **Sommerakademie**

40 Auf der Sommerakademie 2024 wollen wir Hürden für positive politische
41 Veränderung in den Blick nehmen und uns Fragen, wie ein besseres Morgen aussehen
42 kann. Vieles verändert sich, häufig jedoch nicht zum Besseren - warum ist das
43 so? Wieso bedeutet ein Mehr an staatlichen Eingriffen nicht zwangsläufig ein
44 Mehr an Gerechtigkeit, Freiheit und demokratischer Mitbestimmung? Wieso sind
45 autoritäre Kräfte im Aufwind? Was hindert Menschen daran, die Verhältnisse zu
46 erkennen, zu verstehen und zu verändern? Durch ein Verständnis davon wollen wir
47 unsere Analysen als Verband schärfen, unsere Strategiefähigkeit erhöhen und
48 gemeinsam Visionen entwickeln, wie es anders sein könnte!

49 **Mitgliedermagazin**

50 Das Mitgliedermagazin als fester Bestandteil unserer Bildungsstrategie wird im
51 kommenden Jahr erneut zweimal erscheinen. Anknüpfend an die Kampagne zur
52 Europawahl wird sich die erste Ausgabe mit den Kampagnenschwerpunkten
53 auseinandersetzen und hier eine vertiefte inhaltliche Auseinandersetzung damit
54 bieten.

55 Die zweite Ausgabe beschäftigt sich ausgehend von der aktuellen politischen Lage
56 im kommenden Jahr mit der Notwendigkeit zur Aufbau einer starken Linken, gerade
57 in Zeiten des schwindenden Vertrauens in die Möglichkeit zur Veränderung und des
58 Erstarkens rechter Kräfte.

59 Es sollen weiterhin Formate erarbeitet, erprobt und weitergeführt werden, wie
60 die über:morgen als dezentrales Mittel der Bildungsarbeit in der gesamten Breite
61 des Verbandes gelesen und diskutiert wird. Die über:morgen soll, sowohl physisch

62 als auch digital, noch weiter im Verband verankert werden.

63 **Bildungsarbeit und Landesverbände**

64 Im vergangenen Jahr haben wir als Verband beschlossen, dass Landesverbände in
65 Zukunft vor allem die Grundlagenbildung für die Breite des Verbands stemmen
66 werden - und das mit vollem Erfolg! Mit zahlreichen Workshops auf
67 Landesmitgliederversammlungen, Seminarwochenenden und Bildungscamps zeigt der
68 Verband, wie gute Grundlagenbildung im gesamten Verband aussehen kann. Hierbei
69 wollen wir den nächsten Schritt gehen und insbesondere Landesvorstände und
70 Bildungsteams auf Landesebene stärken, ausbilden und dazu befähigen, unsere
71 gesamtverbandliche Bildungsstrategie weiter mit Leben zu füllen. Dabei werden
72 insbesondere das Bildungsteam auf Bundesebene gemeinsam mit Trainer*innen und
73 Bundesvorstand tatkräftig unterstützen.

74 **Trainer*innen**

75 Durch die Ausbildung von mehr als 30 neuen Trainer*innen auf Bundesebene konnten
76 wir als Verband große Schritte in der Professionalisierung unserer Bildungs- und
77 Ausbildungsarbeit auf allen Ebenen gehen: Egal ob für methodische und
78 inhaltliche Schulungen zur Kampagne, für Klausurmoderationen, für Workshops vor
79 Ort oder Vermitteln von Grundlagen auf dem Frühjahrskongress. Zudem wollen wir
80 die Trainer*innen im Verband bekannter machen, um an allen Orten strategisch
81 kluge und gut konzipierte Bildungsarbeit möglich zu machen - unabhängig von
82 finanziellen Ressourcen der Kreis- und Landesverbände.

83 Für die Weiterbildung der Trainer*innen wollen wir sowohl online als auch in
84 Präsenz Formate anbieten - insbesondere um sie als methodische und inhaltliche
85 Multiplikator*innen für die Europakampagne zu befähigen, diese in die Breite des
86 Verbandes zu tragen.

87 **Unsere politische Praxis**

88 Unsere politische Praxis ist ein zentraler Bestandteil unserer Arbeit als Grüne
89 Jugend.

90 Wir glauben, dass gesellschaftliche Veränderung dann geschieht, wenn sich viele
91 Menschen zusammenschließen und der Protest von den unterschiedlichsten Menschen
92 mitgetragen wird. Deswegen fokussieren wir uns darauf, nicht nur an Regierende
93 zu appellieren oder die nächste Online-Petition aufzusetzen, sondern langfristig
94 mehr Menschen zu politisieren und langfristig einzubinden.

95 Wie das aussehen kann, probieren wir für uns immer wieder neu aus.

96 Mit unserem Organizing Projekt haben wir wichtige Lehren daraus gezogen, was es

97 braucht, damit Grüne Jugend Kreisverbände vor Ort politische Konflikte gewinnen
98 können und wo auch Hürden für konkrete Kämpfe vor Ort bestehen. Im nächsten Jahr
99 wollen wir unsere Praxis auch anhand dieser Learnings weiterentwickeln und vor
100 allem die anstehenden Kampagnen dafür nutzen, viele neue Menschen für die Grüne
101 Jugend zu begeistern, sie einzubinden und ihnen einen Ort zu ermöglichen, an dem
102 sie konkret für politische Veränderungen vor Ort kämpfen können.

103 **Unser Hauptziel: Mehr werden!**

104 Politische Veränderung funktioniert vor allem dann, wenn wir viele sind. Es
105 macht einen Unterschied, ob eine Klimademo an 5, 10, 50 oder 100 Orten
106 stattfindet und ob sich gegen die nächsten Haushaltskürzungen 500 oder 500.000
107 Menschen zusammenschließen. Deswegen ist unser Hauptziel, als Grüne Jugend neue
108 Mitglieder zu gewinnen und dafür zu sorgen, dass unsere bestehenden Mitglieder
109 noch aktiver werden. Im nächsten Jahr bieten sich viele Chancen dafür, eine neue
110 Generation junger Menschen dafür zu begeistern, ihre Zukunft selbst in die Hand
111 zu nehmen und politisch aktiv zu werden!

112 **Unsere Europakampagne**

113 2024 steht die Europawahl an. In Zeiten von multiplen Krisen, die ohne
114 tiefgreifende politische Veränderung weder national noch international gelöst
115 werden, kann unsere Einstellung zu einer Europäischen Union, die neoliberale
116 Prinzipien institutionalisiert hat, niemals unkritisch sein. Deshalb wollen wir
117 mit unserer Kampagne klar machen: Für ein gerechtes Europa muss sich viel ändern
118 - und es beginnt bei uns vor Ort! Seit der letzten Europawahl 2019 hat sich für
119 die Grüne Jugend einiges verändert. Wir haben unsere Mitgliederzahlen
120 verdoppelt. Wir haben uns vor Ort verankert und haben nicht trotz, sondern
121 gerade aufgrund der Regierungsbeteiligung der Grünen einen starken Schwerpunkt
122 auf Bewegungs- und Basisarbeit gelegt. Wir sind stärker geworden und wollen
123 diese Kraft im nächsten Jahr für unsere Kampagne nutzen, um für ein anderes
124 Europa einzustehen!

125 Eine Kampagne funktioniert nur, wenn alle zusammenarbeiten und an einem Strang
126 ziehen, aber uns gleichzeitig unserer unterschiedlichen Aufgaben bewusst sind.
127 Die Kampagne findet vor allem vor Ort statt. Dort können wir junge Menschen
128 ansprechen und direkt dort abholen, wo sie gerade stehen. Gleichzeitig schaffen
129 wir es durch eine einheitliche Kampagne im ganzen Bundesgebiet auch, mehr
130 Aufmerksamkeit für unsere Themen und Forderungen zu generieren. Landesverbände
131 unterstützen dabei die Kreisverbände bei der Umsetzung der Kampagne vor Ort. Das
132 Kampagnenteam gestaltet die Kampagne aus und unterstützt die Landesvorstände bei
133 dem Zuschnitt auf ihren Verband. Die Trainer*innen helfen bei der methodischen
134 und inhaltlichen Ausbildung.

135 Anfang des kommenden Jahres machen wir uns fit für die Kampagne. Wir nutzen die
136 Kreisverbands-Landesverbands-Treffen, die Landesmitgliederversammlungen und
137 Workshops in den Kreisverbänden, um uns sowohl inhaltlich als auch methodisch
138 fit zu machen! Mit unserem Frühjahrskongress mit dem Themenschwerpunkt Europa
139 starten wir dann gemeinsam in die letzten sechs Wochen der Kampagne.

140 Im Rahmen der Kampagne zur Europawahl werden wir unsere Öffentlichkeitsarbeit
141 auf allen Ebenen weiter professionalisieren. So können methodische Schulungen
142 dabei helfen, die Öffentlichkeitsarbeit im gesamten Verband zu verbessern, um so
143 noch mehr Menschen zu erreichen und zu begeistern. Hierbei werden den
144 Sprecher*innen der jeweiligen Ebene als Gesichter der Kampagne eine besondere
145 Rolle zukommen, auf die sie im Rahmen von Schulungen z.B. bei Bundesvorstands-
146 Landesvorstands und Kreisvorstands-Landesvorstands-Treffen vorbereitet werden.
147 Das neue Corporate Design, das nach der Kampagne als gesamtverbandliches
148 Corporate Design weitergenutzt werden soll, sorgt hierbei für einen hohen
149 Wiedererkennungswert. Damit es schnell von allen genutzt werden kann, wird es
150 dazu eine Vielzahl an Schulungsangeboten geben.

151 **Weitere Wahlen**

152 Im Frühjahr finden in neun Bundesländern Kommunalwahlen gleichzeitig zur
153 Europawahl statt. Gemeinsam mit den jeweiligen Landesverbänden und dem
154 Kampagnenteam werden wir Wege entwickeln, wie sich Kampagnen sinnvoll verbinden
155 lassen und dabei nicht die spezifischen Themen der einzelnen Länder, Landkreise
156 und Städte verloren gehen.

157 Im Herbst finden in Sachsen, Thüringen und Brandenburg außerdem Landtagswahlen
158 statt. Diese Wahlen gehen uns alle etwas an! Umfragen zeigen auch jetzt schon,
159 dass die rechtsextreme AfD massive Gewinne verzeichnen wird. Umso wichtiger ist
160 es, jungen Menschen ein Angebot zu machen, sich für eine solidarische
161 Gesellschaft einzusetzen und gemeinsam mit uns dem Rechtsruck etwas entgegensetzen
162 zu können.

163 Als gesamter Verband unterstützen wir daher die Landesverbände Sachsen,
164 Thüringen und Brandenburg in ihren kommenden Wahlkämpfen. Besonders der
165 Bundesvorstand und das Kampagnenteam werden im intensiven Austausch mit den
166 jeweiligen Landesvorständen sein, um Unterstützungsbedarfe zu ermitteln und
167 gemeinsam viele erfolgreiche Kampagnen auf die Beine zu stellen.

168 Nach der Wahl ist vor der Wahl! Deshalb werden wir beim 1. Länderrat 2024 im
169 Sommer das Kampagnenteam für die Bundestagswahl 2025 einsetzen, um möglichst
170 früh in die Planung für diesen so relevanten Kampagnenzeitraum starten zu
171 können. Das Kampagnenteam soll hierbei aus den Erfahrungen aus der
172 Europakampagne lernen und sich dafür mit dem aktuellen Kampagnenteam eng dazu
173 austauschen.

174 **Aktionstage**

175 Mit Aktionstagen haben wir als Verband die Möglichkeit, einen Fokus auf
176 bestimmte Themen zu lenken. Das wollen wir auch nächstes Jahr wieder nutzen: Mit
177 wenigen, dafür größeren Aktionstagen wollen wir uns auf relevante Konflikte
178 konzentrieren.

179 Wie in den letzten Jahren auch, wollen wir auch dieses Jahr wieder einen
180 Aktionstag zum 8. März gemeinsam mit unseren langjährigen Bündnispartner*innen
181 auf die Beine stellen und diesen Tag nutzen, um auf feministische Themen
182 aufmerksam zu machen.

183 Zudem planen wir im Rahmen der Pride-Saison eine größere Kampagne, um als
184 gesamter Verband unseren Kampf für queere Rechte sichtbar zu machen.

185 **Diesen Winter fahren wir zusammen!**

186 Anfang 2024 stehen die Tarifverhandlungen im Nahverkehr an. Der öffentliche
187 Nahverkehr ist massiv unterfinanziert. Das wirkt sich sowohl negativ auf die
188 Arbeitsbedingungen der Menschen als auch auf das Angebot für Fahrgäste aus.
189 Gemeinsam mit ver.di und der Klimabewegung wollen wir die Tarifrunde nutzen, um
190 Druck für massive Investitionen zu machen - für bessere Arbeitsbedingungen und
191 eine Mega-Offensive für Bus und Bahn. So geht Klimaschutz, der breite Mehrheiten
192 hinter sich versammelt. Als Grüne Jugend unterstützen wir auf allen Ebenen
193 #WirFahrenZusammen. Wir beteiligen uns an der alltäglichen Arbeit in den WFZ-
194 Ortsgruppen und nutzen gleichzeitig unser politisches Gewicht, um Aufmerksamkeit
195 auf das Thema zu lenken.

196 **Bündnisarbeit**

197 Bündnisarbeit findet vor allem vor Ort statt. Im nächsten Jahr wollen wir uns
198 weiterhin vor allem an Bündnissen beteiligen, die an der Schnittstelle zwischen
199 Klimaschutz und sozialer Gerechtigkeit kämpfen. Unsere engsten Verbündeten sind
200 dabei die Klimabewegung sowie die junge Gewerkschaftsbewegung. Wir als GRÜNE
201 JUGEND wollen uns weiterhin aktiv dafür einbringen, Gemeinsamkeiten auszuloten
202 und gemeinsame Projekte zu finden und umzusetzen.

203 Darüber hinaus haben wir in diesem Jahr unsere Zusammenarbeit mit vielen
204 migrantischen Organisationen ausgebaut, beispielsweise im Rahmen der Proteste im
205 Iran. Hieran wollen wir auch zukünftig anknüpfen.

206 In Vorbereitung auf die Bundestagswahl 2025 wollen wir mit unseren
207 Bündnispartner*innen ausloten, wo Schwerpunkte und Handlungsfelder für eine
208 breite Kampagne von vielen verschiedenen Akteur*innen der politischen Linken
209 liegen müssen, damit wir alle zusammen für echte Veränderung einstehen können.

210 **Internationales**

211 Wir wollen das kommende Jahr dafür nutzen, die Vernetzung mit unseren Partner-
212 und Dachorganisationen, wie FYEG, EGP, CDN & GYG, zu verstetigen und in
213 Zusammenarbeit mit dem Kampagnenteam herausarbeiten, wie wir im Rahmen der
214 Europawahl strategisch zusammenarbeiten können.

215 Eine Frage, mit der sich das Team Internationales explizit nach der
216 Europakampagne auseinandersetzen wird, ist die internationalistische Vernetzung
217 für Landes- und Kreisverbände. Dafür soll das European Matches Programm
218 weiterentwickelt werden, um eine Vernetzung mit Bewegungen, Gewerkschaften und
219 nicht-parteilichen Organisationen voranzutreiben, die ähnliche Ziele wie wir
220 verfolgen.

221 In Vorbereitung auf die Europakampagne planen wir außerdem eine Bildungsreise
222 nach Griechenland.

223 **Social Media**

224 Wir wollen unseren digitalen Auftritt weiter ausbauen und haben auf Bundesebene
225 mit einer weiteren hauptamtlichen Stelle für den öffentlichen Auftritt neue
226 Unterstützung gewonnen.

227
228 Durch den Zuwachs an hauptamtlichen Strukturen in der Bundesgeschäftsstelle, die
229 sich künftig gemeinsam mit dem Bundesvorstand um die Contenterstellung für
230 Instagram und Twitter kümmern werden, werden wir das Aufgabenfeldes des Social
231 Media Teams verändern. Zukunft soll ein verkleinertes Team ein größeres
232 Augenmerk auf die kreative Ausgestaltung von TikTok legen. Auf dieser Plattform
233 haben wir hohes Potenzial, neue, vor allem sehr junge, Menschen zu erreichen und
234 schöpfen dieses aktuell noch nicht voll aus. Dafür wollen wir feste Formate
235 etablieren, welchen unseren Wiedererkennungswert steigern. Neue, lustige Ideen
236 sollen verstärkt umgesetzt werden. Durch die Zusammenarbeit mit der
237 Hauptamtlichen Stelle soll hier eine höhere Produktionsqualität gesichert
238 werden.

239 **Verbandsarbeit**

240 **Länderrat**

241 Der Länderrat hat verschiedene Aufgaben: Es werden inhaltliche Anträge beraten,
242 es ist ein Ort für Vernetzung und des Austauschs. Hier wollen wir auch in
243 Zukunft verschiedene Debattenformate erproben, von gemeinsamen
244 Thesendiskussionen in Kleingruppen bis hin zu längeren Antragsaussprachen.

245 **Strukturförderung**

246 Strukturförderung ist mittlerweile ein selbstverständlicher Teil der Arbeit der
247 GRÜNEN JUGEND. Nur wenn alle Landesverbände die Ressourcen und das Know-How
248 haben, strategische und professionelle Arbeit zu leisten, kommen wir als Verband
249 weiter. Der durch Pat*innen-Spenden finanzierte Strukturfördertopf soll dieses
250 Jahr für unterschiedliche Projekte genutzt werden: Wie auch in den letzten
251 Jahren wollen wir die Ostlandesverbände bei ihrer überregionalen Vernetzung
252 unterstützen und finanzieren den Mitte-Ost-Kongress mit - gerade in Zeiten von
253 Landtagswahlen ist der Austausch zwischen den betroffenen Landesverbänden
254 wertvoll. Zudem wollen wir ein Förderwochenende für Frauen, inter, trans und
255 nicht-binäre Personen finanziell und personell unterstützen. Das
256 Förderwochenende wird vom Landesverband Sachsen-Anhalt ausgetragen, soll aber
257 auch für Mitglieder aus anderen Landesverbänden geöffnet werden. Als letztes
258 Projekt wollen wir natürlich die Landtagswahlen in Sachsen, Thüringen und
259 Brandenburg unterstützen. Genaue Bedarfe werden wir in Absprache mit den
260 jeweiligen Landesverbänden ermitteln und darauf achten, dass alle drei
261 Landesverbände gleich profitieren.

262 Darüber hinaus wollen wir, gerade im Hinblick auf viele Kommunal- und die
263 bereits angesprochenen Landtagswahlen in den Ostbundesländern im stetigen
264 Austausch bleiben und unterstützen, wo wir können. Dazu gehören beispielsweise
265 die intensive Betreuung der jeweiligen Landesverbände von Seiten der
266 Bundesebene, aber auch die Anpassung der Europakampagne auf spezielle
267 Gegebenheiten vor Ort.

268 **Bund-Länder-Vernetzung**

269 Der enge Austausch von Bund und Ländern soll weiter fortgeführt und ausgebaut
270 werden. Sowohl der ämterbezogene Austausch, eine enge Betreuung von
271 Landesvorständen sowie insbesondere die regelmäßigen Bundesvorstands-
272 Landesvorstands-Treffen sorgen dafür, dass der gemeinsame strategische Austausch
273 sowie Verantwortungsübernahme für Fragen der Verbandsentwicklung immer enger
274 zusammen gestaltet und gelebt werden. Auch ermöglichen diese Formate eine
275 methodische und inhaltliche Aus- und Weiterbildung, von denen alle Ebenen im
276 Verband profitieren.

277 **30 Jahre Grüne Jugend! Zeit für ein neues Selbstverständnis**

278 Im kommenden Jahr feiert die Grüne Jugend 30-jähriges Jubiläum! Diesen Anlass
279 wollen wir nutzen, um uns als Verband zu zelebrieren. Der Frühjahrskongress und
280 auch das Mitgliedermagazin können Orte sein, als Verband einen Rückblick auf die
281 vergangenen 30 Jahre zu werfen.

282 Um als Verband weiter zusammenzuwachsen und die gemeinsame Verbandsidentität zu
283 stärken, wollen wir ein Pilotprojekt zur Vernetzung von Kreisverbänden aus
284 unterschiedlichen Landesverbänden starten. Dadurch sollen Kreisverbände von der
285 Erfahrung eines jeweils anderen Kreisverbandes lernen, sich dazu austauschen und
286 sich im Rahmen der Europakampagne gegenseitig besuchen.

287 Wir wollen nicht nur auf die vergangenen 30 Jahre, sondern auch nach vorne
288 schauen: Dafür wollen wir einen bundesweiten Prozess starten, unser mittlerweile
289 mehr als 13 Jahre altes Selbstverständnis als Grüne Jugend neu zu formulieren!
290 Ziel ist es, ein Selbstverständnis zu erarbeiten, welches kurz und präzise
291 unsere zentralen politischen Anliegen und die Art, wie wir als linker
292 Jugendverband Politik machen wollen, festhält.

293 **Debattenorte**

294 Mit der Erweiterung des Arbeitsbereichs Debattenorte geht es nach der
295 umfangreichen Analyse in diesem Jahr vor allem um das Transparentmachen der
296 Ergebnisse, das Entwickeln, Umsetzen und Ausprobieren von bestehenden und neuen
297 Debattenorten im Verband!

298 Als neues, überregionales Debattenformat wollen wir im kommenden Jahr
299 Regionalforen ausprobieren - in diesen Foren sollen Mitglieder aus mehreren
300 Landesverbänden zusammenkommen und sich über aktuelle Themen des Verbands
301 weiterbilden und austauschen. Bei den Regionalforen werden wir uns der Nachlese
302 der Europakampagne widmen, Fragen der Verbandsentwicklung diskutieren und über
303 ein neues Selbstverständnis für die Grüne Jugend beraten. Schwerpunkt liegt auf
304 der offenen und vielfältigen Debatte in der breiten Basis des Verbands, damit
305 mehr Menschen in Prozesse eingebunden werden und an strategischen Entscheidungen
306 der Bundesebene teilhaben können.

307 Der Prozess hat in diesem Jahr erneut gezeigt, dass der Bundeskongress in seiner
308 jetzigen Form nicht zukunftsfähig ist. Viele Mitglieder haben nicht das Gefühl,
309 sich im Rahmen der Mitgliederversammlung angemessen in Debatten einbringen zu
310 können und sich wohl und sicher zu fühlen. Insbesondere die Barrierearmut kann
311 nicht in dem Rahmen gewährleistet werden, wie es unser Anspruch als Grüne Jugend
312 ist. Gleichzeitig ist es aufgrund der Größe der Veranstaltung immer schwieriger,
313 adäquate Räumlichkeiten zu finden und Sicherheitsstandards einzuhalten.

314 Der Arbeitsbereich Debattenorte wird damit beauftragt, sich ausgehend von den
315 Ergebnissen der Verbandsanalyse im kommenden Jahr mit konkreten Konzepten zur
316 Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit des Bundeskongresses auseinanderzusetzen.
317 Aufgrund der finanziellen und organisatorischen Belastung werden im Rahmen
318 dessen verschiedene Lösungen geprüft, unter anderem auch die Möglichkeit eines
319 Delegiertensystems. . Diese Prüfung findet ergebnisoffen statt. Der
320 Arbeitsbereich berichtet, wann er woran arbeiten möchte und berichtet regelmäßig

321 über seine Arbeit und nächste geplante Schritte, um den Prozess transparent zu
322 machen und die Teilhabe des gesamten Verbands zu ermöglichen. Dabei ist für ihn
323 die Sicherung der basisdemokratischen Grundprinzipien der Grünen Jugend und die
324 Teilhabe des gesamten Verbands an den wichtigsten Entscheidungen das oberste
325 Gebot. Insbesondere soll sich der Arbeitsbereich Debattenorte der Sicherstellung
326 der Beteiligung sehr junger Menschen am Bundeskongress, der
327 Geschlechtergerechtigkeit, Inklusion und der Berücksichtigung der
328 strukturschwachen Gebiete widmen. Die Durchführbarkeit verschiedener Konzepte
329 wird gemeinsam mit Bundesvorstand und Bundesgeschäftsstelle bewertet und den
330 Mitgliedern detailliert dargelegt. Dafür relevante Datengrundlagen werden im
331 Rahmen des Datenschutzes transparent und nachvollziehbar offengelegt.

332 Im Vorfeld zum Bundeskongress laufen verbandsweite Debatten, beispielsweise im
333 Rahmen von Vorprogrammen, noch nicht optimal. Deswegen soll der Arbeitsbereich
334 Debattenorte Wege erproben, wie schon im Vorlauf zum Bundeskongress spezifische
335 Themen und Verbandsstrategien besser gemeinsam debattiert werden können. Der
336 Fokus soll dabei auf der Kreisverbandsebene liegen und Mitglieder dazu
337 ermächtigen, sich in die Positionsfindung des Verbandes einzubringen.

338 Die Verbandsumfrage hat gezeigt, dass Fachforen von der Breite des Verbandes
339 nicht als ansprechender Debattenort wahrgenommen werden. Der Arbeitsbereich
340 Debattenorte wird hierzu mit den Aktiven in den Fachforen weiterhin im Austausch
341 sein, um zu diskutieren, welche Rolle Fachforen im Verband einnehmen können und
342 in welchem Rahmen fachpolitische Debatten am besten aufgehoben sind.

343 Der Arbeitsbereich Debattenorte hat als weiteres Handlungsfeld die Kommunikation
344 und Transparenz zwischen den Ebenen identifiziert. Deswegen soll er sich 2024
345 der Frage widmen, wie unsere verbandsinterne Kommunikation so gestaltet sein
346 kann, dass alle rechtzeitig über wichtige Entwicklungen informiert sind und
347 Gelegenheit haben, sich in Prozesse stärker einzubringen. Mit Bundesvorstand,
348 Landesvorständen und Kreisvorständen soll er in den Austausch über das
349 Optimierungspotential bisheriger Kommunikationswege gehen und gegebenenfalls
350 neue vorschlagen.

351 Auf allen Ebenen des Verbandes wird debattiert und Demokratie gelebt. Deswegen
352 wird sich der Arbeitsbereich Debattenorte im kommenden Jahr mit den
353 Landesvorständen über ihre Debattenorte auf Landesebene und deren
354 Optimierungspotenzial austauschen.

355 Der Debattenortprozess soll weiterhin in jeder Phase Mitgliedern die
356 Möglichkeit geben, sich einzubringen und Feedback und Ideen in den Prozess
357 einzuspeisen. Dafür informiert der Arbeitsbereich regelmäßig, transparent und
358 nachvollziehbar über den aktuellen Stand des Prozesses und nächste Schritte,
359 beispielsweise bei Veranstaltungen und digital.

360 **Frauenförderung und Geschlechterstrategie**

361 Im Bereich Frauenförderung und Geschlechterstrategie sind wir letztes Jahr große
362 Schritte gegangen. Ob umfängliche Verbandsbefragungen, ein neues Handbuch zur
363 Umsetzung unserer Geschlechterstrategie oder dem ersten Förderwochenende für
364 inter, trans und nicht-binäre Personen: An diese Arbeit wollen wir auch im
365 kommenden Jahr anknüpfen.

366 Nachdem unser erstes Förderwochenende für inter, trans und nicht-binäre Personen
367 ein großer Erfolg war, wollen wir dieses Angebot verstetigen und auch 2024 ein
368 solches Wochenende anbieten.

369 Die Verantwortlichen für Frauenförderung und Geschlechterstrategie auf
370 Landesebene sind weiterhin die zentrale Schnittstelle zwischen Bundesebene und
371 Kreisverbänden, wenn es um die Förderung und Vernetzung von Frauen, inter, trans
372 und nicht-binären Personen geht. Die Verantwortlichen wollen wir von Anfang gut
373 begleiten, und Schulungen für sie anbieten, um sie dazu in die Lage zu
374 versetzen, Verantwortliche auf Kreisebene weiterzubilden.

375 Das Team für Frauenförderung und Geschlechterstrategie soll sich dieses Jahr vor
376 allem auf die Unterstützung der Landesebenen zur Etablierung verschiedener
377 Fördermaßnahmen konzentrieren, beispielsweise durch die Unterstützung bei der
378 Planung von eigenen Förderangeboten oder der Ausbildung von Verantwortlichen auf
379 Kreisebene. Ziel ist es, dass an möglichst vielen Orten qualitativ hochwertige
380 Förderangebote für unterschiedliche Zielgruppen entstehen, um so möglichst
381 vielen Menschen eine Beteiligung an diesen Formaten zu ermöglichen.

382 Zusätzlich dazu planen wir 2024 eine Kampagne zu queeren Rechten im Rahmen der
383 Pride-Saison.

384 **Antirassistische Strategien**

385 Im vergangenen Jahr konnte der Arbeitsbereich Antirassistische Strategien
386 nahtlos an den Entwicklungen der letzten Jahre anknüpfen und sich dabei vor
387 allem auf Umsetzung und Erprobung unserer beschlossenen Antirassistischen
388 Strategie fokussieren. Auch im nächsten Jahr möchten wir weitere Schritte in
389 diese Richtung unternehmen und darauf hinarbeiten, dass wir als Verband überall
390 unsere Strategie umsetzen.

391 Wir werden das Austauschformat zwischen Bundes- und Landesebene ausweiten, indem
392 wir die einzelnen Landesverbände in ihren Planungen und Bestrebungen zu
393 Antirassistischen Strategien eng betreuen und beraten. Hierfür werden wir eine
394 Übersicht aller Planungen für das Jahr 2024 vornehmen und dort beraten, wo es
395 sinnvoll und notwendig ist. Hiermit möchten wir Landesverbände auf ihrem Weg
396 einer eigenständigen Umsetzung der Strategie unterstützen.

397 Ein großer Erfolg bleiben Vernetzungsangebote wie das Förderwochenende, die sich
398 großer Beliebtheit erfreuen. Diese möchten wir im nächsten Jahr weiterführen.

399 Neben den Vernetzungstreffen auf unseren großen Kongressen, möchten wir ein

400 weiteres Förderwochenende für migrantisierte Mitglieder anbieten. Da wir merken,
401 dass die Nachfrage nach solchen Formaten sehr hoch ist, die Kapazitäten auf der
402 Bundesebene allerdings grenzen haben, wollen wir zusätzlich ein neues Format von
403 regionalen Vernetzungstreffen erproben. Hierfür möchten wir im ersten Schritt
404 mit mehreren Landesverbänden Vernetzungstreffen konzipieren und planen, die
405 danach von ihnen organisatorisch umgesetzt werden.

406 Den 2023 vom Arbeitsbereich konzipierten Workshop zu „solidarischem
407 Antirassismus“ möchten wir im nächsten Jahr im Verband ausrollen und etablieren,
408 um Debatten über Analyse und Verbandspraxis überallhin zu bringen. Bearbeiten
409 soll diese Themen weiterhin der Bundesvorstand zusammen mit dem Arbeitsbereich
410 Antirassistische Strategien.

411 **Inklusion**

412 Wir wollen jedem Mitglied eine bestmögliche Teilhabe im Verband ermöglichen. Wir
413 werden weiterhin an der Barrierearmut, insbesondere bei Veranstaltungen,
414 arbeiten. Dabei gehen wir auf vielfältige Bedarfe ein, egal welche Behinderungen
415 oder chronische Erkrankungen Menschen mitbringen. Dazu gehört auch, die
416 Möglichkeiten zur Unterstützung transparent und leicht zugänglich zu machen und
417 Hürden abzubauen, auch bei Formularen und Informationen zu Veranstaltungen. Um
418 diesem Anspruch gerecht zu werden, wollen wir den Austausch mit Betroffenen
419 weiterführen. Weiterhin wollen wir sie beispielsweise bei Vernetzungsangeboten
420 im Rahmen von Kongressen verstärkt einbinden. Wir wollen erproben, unsere
421 Grundlagenworkshops auf dem Frühjahrskongress in verschiedenen Lernniveaus
422 auszugestalten, um eine einfacher zugängliche Variante mit mehr Pausen
423 anzubieten.

424 Im Rahmen des Prozesses zur Neugestaltung unserer Debattenorte haben wir sowohl
425 in der Verbandsumfrage als auch im direkten Austausch die Bedarfe und auch
426 Problemstellungen von Menschen mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen
427 erfragt und wollen dies auch weiterführen, um ihre wichtigen Erfahrungen in
428 Weiterentwicklungsprozesse mit einfließen zu lassen.

429 **Finanzen**

430 Durch die Erhöhung der staatlichen Förderung für Jugendparteien sowie der
431 Anpassung der Mitgliedsbeiträge konnte sich die finanzielle Situation des
432 Bundesverbandes in den letzten Jahren stabilisieren, jedoch gefährdet die
433 Schuldenbremse und die damit verbundenen Kürzungen dieses Fundament. Zusätzlich
434 dazu sind massiv gestiegene Preise, insbesondere bei Veranstaltungsorten,
435 Unterkünften und Verpflegung, für uns als Verband deutlich spürbar.

436 Wir müssen aktuell mit der Ungewissheit umgehen, wie sich die öffentliche

437 Förderung entwickelt, da diese, wie viele weitere Bereiche der Kinder- und
438 Jugendarbeit und der politischen Bildung, ins Zentrum von Sparmaßnahmen gerückt
439 sind.

440 Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, die Finanzmittel, beispielsweise
441 über Spenden, zu erhöhen: Wahlkampfzeiten lassen sich sehr gut für Fundraising
442 nutzen, aber auch darüber hinaus brauchen wir eine stabile, finanzielle Basis.
443 Deshalb wollen wir 2024 dazu nutzen, unser Pat*innenprogramm, von dem sowohl die
444 Bundes- als auch die Landesebene profitieren, zu aktualisieren und aktiv daran
445 arbeiten, gemeinsam unsere Mittel zu erhöhen. Bundes- und Landesvorstände werden
446 sich hiermit im kommenden Jahr vertieft auseinandersetzen. Der Bundesverband
447 steht weiterhin beratend und unterstützend zur Seite, beispielsweise wenn es um
448 Finanzverhandlungen oder Wahlkampfbudgets geht.

449 Die Finanzen des Bundesverbands müssen krisenfest gestaltet werden. Dafür müssen
450 Ausgaben besser kalkulierbar sein: Es müssen Mittel und Wege gefunden werden,
451 wie Controlling besser sichergestellt werden kann und gleichzeitig müssen
452 unberechenbare Kosten auf ein Minimum reduziert werden. Dies betrifft vor allem
453 Großveranstaltungen, insbesondere den Bundeskongress, der jedes Jahr spürbar
454 teurer und schwieriger zu kalkulieren wird.